



DIRETTIVA *OMNIBUS* – AL VIA LE NUOVE NORME PER LA TUTELA DEI CONSUMATORI ITALIANI

Il 18 marzo 2023 è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il Decreto Legislativo n. 26/2023 (di seguito “il *Decreto Legislativo*”), che recepisce la Direttiva dell’Unione Europea 2019/2161 (c.d. *Direttiva Omnibus*).

L’intervento del legislatore si è concentrato, in modo particolare, sul Codice del Consumo (D. Lgs. 206/2005), introducendo nuove disposizioni finalizzate ad adeguare e rafforzare l’applicazione delle norme del diritto comunitario in materia di tutela dei consumatori.

ROAD MAP

Il primo aspetto da tenere in considerazione riguarda l’entrata in vigore delle nuove disposizioni:

- 2 aprile 2023: entrata in vigore della maggior parte delle disposizioni;
- 1° luglio 2023: applicazione delle previsioni in materia di trasparenza sulle riduzioni dei prezzi.

LE PRINCIPALI NOVITÀ

Le modifiche apportate dal Decreto Legislativo 26/2023 investono numerosi aspetti della materia, incidendo anche sulla quotidiana gestione dell’attività commerciale.

Di seguito potrete trovare una schematica guida che delinea le principali novità introdotte.

ANNUNCI DI RIDUZIONE DEL PREZZO

Il primo intervento riguarda le disposizioni in materia di **annunci di riduzione di prezzo** che, come già accennato, saranno applicate **a far data dal 1° luglio 2023**.

Sul punto, il Decreto Legislativo ha introdotto una serie di obblighi, secondo i quali, in particolare:

- gli annunci di riduzione del prezzo (anche se indicati in %) devono contenere l'indicazione del prezzo più basso applicato dal professionista alla generalità dei consumatori nei trenta giorni che precedono tale riduzione (c.d. *prezzo precedente*).

Il riferimento al “prezzo applicato dal professionista alla generalità dei consumatori” è particolarmente significativo, in quanto comporta l'esclusione di varie ipotesi speciali (es. vendite sottocosto, offerte speciali per il singolo consumatore o per alcune categorie).

Questa previsione, tuttavia, non si applica ai prodotti agricoli o alimentari deperibili;

- Se il prodotto è stato immesso sul mercato da un tempo inferiore a trenta giorni, il professionista deve indicare il periodo di tempo a cui fa riferimento il prezzo precedente.

Questa previsione, tuttavia, non si applica ai c.d. prezzi di lancio, ossia quei prezzi inferiori che vengono successivamente innalzati.

- Qualora la riduzione di prezzo sia progressivamente incrementata nel corso della stessa campagna di vendita, per prezzo precedente deve intendersi in ogni caso il prezzo più basso applicato nei trenta giorni che precedono la prima riduzione.
- Queste previsioni si applicano anche alle c.d. vendite “straordinarie” (es. saldi di fine a stagione o vendite di liquidazione).

Sanzioni: tra 516 e 3.098 euro a seconda della gravità della violazione, delle misure adottate dal professionista per porvi rimedio e sulla base degli eventuali altri fattori applicabili al caso concreto.

ESTENSIONE DEGLI OBBLIGHI INFORMATIVI

Il Decreto Legislativo ha esteso il novero degli **obblighi informativi** che devono essere forniti ai consumatori prima della conclusione dei **contratti conclusi a distanza e fuori dai locali commerciali**, tra i quali si segnalano:

- l'obbligo di fornire il numero di telefono del professionista (mentre è stata eliminata l'esigenza di indicare il numero di fax);
- l'esistenza di eventuali mezzi ulteriori che consentano al consumatore di intrattenere uno scambio di corrispondenza scritto con il professionista e del quale resti traccia su un supporto durevole oltre che della data e dell'orario dei messaggi;
- l'indicazione dell'identità e dell'indirizzo del professionista terzo per conto del quale il professionista agisce (ove applicabile);
- un promemoria relativo all'esistenza della garanzia legale dei prodotti e (anche con riferimento a beni e servizi digitali) e della loro eventuale interoperabilità o compatibilità con prodotti digitali;
- l'indicazione di eventuali personalizzazioni del prezzo determinate sulla base un processo decisionale automatizzato.

Attraverso l'introduzione dell'art. 49-bis, sono stati implementati particolari meccanismi informativi per i **contratti conclusi su mercati online** (c.d. **marketplace**¹) che comprendono:

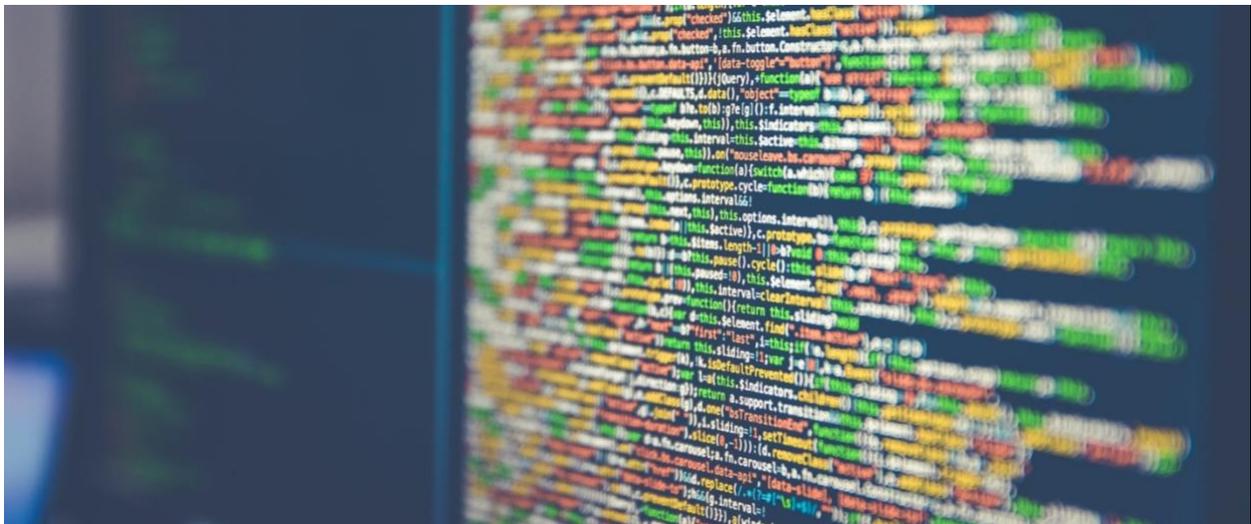
- i principali parametri che determinano il c.d. ranking delle offerte presentate al consumatore, nonché l'importanza di detti parametri rispetto ad altri;
- la precisazione della qualificazione del soggetto offre beni, servizi o contenuti digitali e, in particolare, se si tratti o meno di un professionista. In tale ultimo caso, occorrerà inoltre precisare che non si troveranno applicazione le disposizioni dell'UE in materia di tutela dei consumatori;
- l'eventuale ripartizione tra il professionista e il gestore del marketplace¹ degli obblighi in relazione al contratto concluso.

¹ *Definito dall'art. 18, co. 1, n-ter, Codice del Consumo come «un servizio che utilizza un software, compresi siti web, parte di siti web o un'applicazione, gestito da o per conto del professionista, che permette ai consumatori di concludere contratti a distanza con altri professionisti o consumatori».*

I DATI PERSONALI COME “CORRISPETTIVO”

Un’importantissima novità introdotta dal Decreto Legislativo riguarderebbe anche la **qualificazione dei dati personali ulteriori a quelli strettamente necessari per l’esecuzione del contratto come “corrispettivo” per la fornitura di un servizio o di un contenuto digitale.**

Ciò significherebbe che le disposizioni in materia di contratti del consumatore si applicano anche ai contratti di fornitura di servizi e contenuti digitali che non prevedono il pagamento di un prezzo “pecuniario” ma la sola fornitura di dati personali.



LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

Il Decreto Legislativo ha altresì rafforzato la disciplina in materia di **pratiche commerciali scorrette** sia sotto il profilo dell’ambito di applicazione che dal punto di vista del novero delle condotte sanzionate.

Quanto all’ambito di applicazione, sono stati espressamente inclusi tra i “prodotti” anche i servizi e i contenuti digitali.

Con riferimento al novero delle pratiche commerciali scorrette, è stato attribuito in particolare rilievo alle attività di *marketing* che promuovano un bene, in uno Stato membro UE, come identico ad un bene commercializzato in altri Stati membri UE, laddove in realtà questo bene abbia una composizione o

caratteristiche significativamente diverse (fatta eccezione per i casi in cui ciò sia giustificato da fattori legittimi e oggettivi).

Inoltre, sono state introdotte ulteriori **informazioni la cui omissione potrebbe rilevare quale ingannevole**:

- nel caso di offerta di prodotti sui *marketplace*, la qualità di professionista o non-professionista dell'offerente;
- modalità di verifica della genuinità delle recensioni degli altri consumatori, laddove queste siano rese accessibili al consumatore;
- criteri che determinano la classificazione dei prodotti presentati al consumatore come risultato della sua ricerca e la loro preminenza rispetto ad altri parametri.

Infine, è stato esteso il novero delle **pratiche commerciali** che, a prescindere dall'effettiva ingannevolezza, sono **in ogni caso considerate ingannevoli**. In particolare, si segnalano:

- la mancata chiara indicazione, nell'ambito delle ricerche *online*, di annunci pubblicitari a pagamento per ottenere una classificazione migliore dei prodotti all'interno di tali risultati;
- la rivendita ai consumatori di biglietti per eventi, se il professionista ha acquistato questi ticket con strumenti automatizzati volti ad eludere ogni limite imposto riguardo al numero di biglietti che un soggetto può acquistare o, in generale, volti ad eludere ogni altra norma applicabile all'acquisto dei biglietti (c.d. *secondary ticketing*);
- l'invio da parte del professionista (o di un suo incaricato) di recensioni false o, in ogni caso, la fornitura di informazioni false in merito alle medesime;
- l'uso da parte del professionista di recensioni che non sono state in alcun modo verificate.

Sanzioni: il legislatore è intervenuto estendendo significativamente il massimo edittale della sanzione irrogabile dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), che ora è pari a 10.000.000 euro (in passato il massimo era pari a 5.000.000 euro), a fronte di un minimo pari a 5.000 euro.

L'aumento del massimo edittale ha altresì riguardato l'inottemperanza ai provvedimenti di urgenza ovvero a quelli inibitori o di rimozione degli effetti conseguenti alle pratiche scorrette, che sale da 5.000.000 a 10.000.000 euro (a fronte di un minimo pari a 10.000 euro).

Con riferimento agli operatori transfrontalieri, la sanzione irrogata non potrà essere superiore al 4 % del fatturato realizzato in Italia, fermo restando che, laddove le informazioni relative a tale base di calcolo non siano disponibili, il massimo edittale sarà pari a 2.000.000 euro.

I criteri per la modulazione della sanzione sono molteplici ed includono la gravità della violazione, la recidività del professionista, eventuali interventi mitigatori delle conseguenze pregiudizievoli ed eventuali ulteriori sanzioni inflitte per altre violazioni transfrontaliere.

CLAUSOLE VESSATORIE

Il Decreto Legislativo ha precisato che le sanzioni appena descritte ed applicabili in materia di pratiche commerciali scorrette potranno essere irrogate anche laddove il professionista applichi nei confronti del consumatore clausole vessatorie. Si tratta di una misura che, peraltro, si aggiunge alla già prevista declaratoria della nullità della singola clausola.

IL DIRITTO DI RECESSO

Uno dei principali interventi del Decreto Legislativo ha altresì riguardato modificato la disciplina in materia di recesso.

Il primo ambito su cui è intervenuto il legislatore riguarda in special modo il **recesso dai contratti connessi alla fornitura di servizi o di contenuti di natura digitale.**

In questo senso, in caso di recesso:

- fatti salvi casi eccezionali, il professionista deve astenersi dall'utilizzo di ogni contenuto fornito ovvero creato dal consumatore durante l'uso del servizio o del contenuto prestato dal professionista. Non rientrerebbero tuttavia nel perimetro di questa previsione i dati personali forniti dall'utente;
- laddove richiesto dal consumatore, il professionista è tenuto a mettere a disposizione del consumatore i contenuti da questo creati in un formato comune ed agevolmente utilizzabile.

Fatte salve le previsioni appena descritte, laddove il recesso sia esercitato dal consumatore, viene prevista l'espressa facoltà per il professionista di impedire qualsiasi ulteriore utilizzo del contenuto o del servizio digitale, anche per il mezzo della disattivazione dell'account e, in maniera speculare, il consumatore dovrà astenersi da tali condotte.

Sono state altresì introdotte alcune limitazioni al diritto di recesso che riguardano ipotesi particolari:

- **contratti di fornitura di servizi** che impongano al **consumatore l'obbligo di pagare solo dopo che il servizio è stato prestato integralmente.** Tuttavia, il diritto di recesso è escluso solo se l'esecuzione sia iniziata previo consenso del

consumatore, il quale abbia espressamente accettato che – in caso di completa esecuzione – avrebbe perso il diritto di recesso;

- **contratti per fornitura di contenuti digitali mediante supporti non materiali.** Il diritto di recesso, in tali casi, è escluso qualora *i)* il consumatore abbia fornito il consenso ad iniziare la prestazione durante il decorso del periodo di recesso; *ii)* il consumatore abbia riconosciuto di perdere il diritto di recesso; *iii)* il professionista abbia fornito adeguata conferma.

Infine, è stata introdotta una disciplina *ad hoc* per i contratti conclusi in occasione di visite non richieste presso l’abitazione del consumatore o di incontri organizzati dal professionista allo scopo di promuovere il prodotto. In tali casi, è stata prevista l’estensione a **30 giorni** del periodo in cui è possibile recedere dal contratto in oggetto. Questa estensione, tuttavia, non risulta applicabile nell’ipotesi di contratti conclusi nel contesto di visite domiciliari richieste dal singolo consumatore. Nell’ambito di tali contratti, inoltre, la facoltà di recedere è concessa anche in una serie di circostanze in cui – generalmente – il diritto di recesso sarebbe escluso.

CONTATTI



MASSIMO BAGHETTI

PARTNER

mbaghetti@jacobacci-law.com



PAOLO BURDESE

ASSOCIATE

pburdese@jacobacci-law.com

Studio Legale Jacobacci & Associati 2023

Torino - 10152 - Corso Emilia, 8

+39 011 241 30 87 infotorino@jacobacci-law.com